

しまむら販売企画部

こんな人に向けています

- 高品質で低価格な商品の魅力を、誰よりも熱意をもって伝えたい人
- 紙販促からデジタル販促への転換期を、自ら動かしてみたい人
- 変化を繰り返す消費者行動を楽しみ、柔軟に対応できる人

身につくスキル

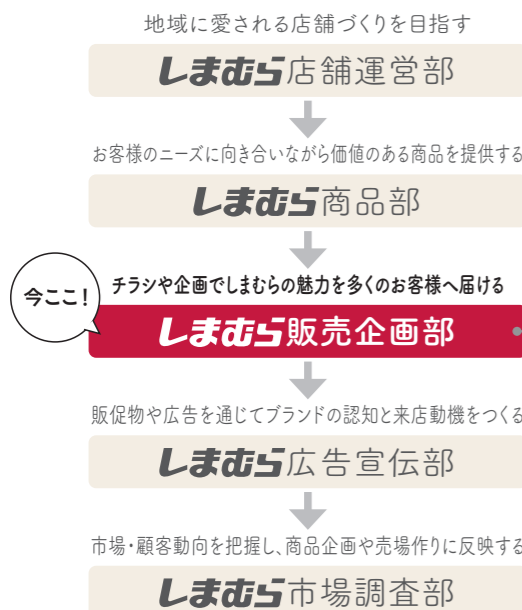
「ワクワク」を形にできる
売場演出の
提案力

データをお客様の
「欲しい」に変える
分析力

全社を巻き込む
プロモーション推進力

DXと内製化で
利益を生む
コストマネジメント力

〔しまむらにおける役割〕



計画・統制

売上目標達成に向け、チラシや店内販促の年間・月次計画を立て、効率的な販売を統制します。

売場演出

全店舗で統一された選びやすく買やすい売場を作るため、商品の陳列や演出方法を取りまとめ売上を最大化するための売場提案をします。

企画・運営

都市部での認知向上に向け、インフルエンサーとのコラボイベントやポップアップ店舗の企画・運営を担います。

顧客管理

アプリの会員データを分析し、お客様のニーズに合わせた情報の配信やしまむらグループに興味関心を持っていただくためのキャンペーンなどを計画・実施し、来店動機に繋がります。

どんな部署？

「お買い物のワクワクや商品の魅力」を届ける、販売の司令塔



しまむら事業の販売力を最大化させる「販売の司令塔」です。膨大な商品の中から、お気に入りを見つける「宝探しのワクワク感」や、高品質・高機能なPB商品の「魅力」を、チラシや店内販促物、アプリなどを通じてお客様へ届けています。さらに、全国約1,400店舗の社員が誰でも同じように魅力的な売場作りが出来るように、週ごとの陳列依頼や「店舗の顔」であるウィンドウディスプレイも管理しています。効率的な運営を支えながら、最新のデジタル技術を活用して、お客様が「買うきっかけ」づくりをしています。

しまむら販売企画部のお仕事

挑戦できること!

1 「お客様一人ひとりに「ワクワク」を届ける

店内販促だけでなく、アプリを活用したパーソナライズ販促にも挑戦できます。膨大な顧客データを分析し、お客様一人ひとりに「今欲しい情報」をピンポイントで届けることで、何度もしまむらに行きたくなる「ワクワク」を生み出します。

2 DXを推進し、売場の「ワクワク」をアップデートする

デジタルサイネージや内製化を拡大している動画コンテンツを活用し、天候や気温に合わせたリアルタイムなデジタル販促に挑戦していきます。しまむら1,400店舗の各店舗ごとに合わせて、最新技術でご来店いただいたお客様に常に「ワクワク」をお届けする面白さがあります。

顧客データを活用し、しまむらグループの「利用者」を「ファン」に変える

顧客データ分析でお客様の潜在的なニーズを探り、個別販促やサービス提供、商品政策に寄与します。個々に合わせたアプローチで、しまむらグループを長く愛用していただけるファンの醸成を目指します。お客様との相思相愛をデザインするクリエイティブな仕事がこのチームの魅力です。

主幹
S.Oさん



デジタル販促を活用し、来店されたお客様に「ワクワク」を届けるためにデジタル化を推進

デジタルを活用した販促手法は日々進化しており、26年度中に全店へデジタルサイネージを導入します。従来の発想にとらわれず、柔軟な発想で新しいアイデアを具体化し、デジタル販促を通して全国のしまむらに「ワクワク」を届けていくことがやりがいです!

主任
Y.Yさん



ある1日の仕事

- 8:45 **始業**
メールチェックやスケジュールの確認を行います。
- 9:00 **コンテンツ配信準備**
デジタル販促の配信スケジュール立案、配信内容を確認します。
- 10:00 **店舗確認**
実際に店舗でお客様、売場、販促物の状況を確認します。問題点は即時改善するよう改善案を実行します。
- 12:00 **昼食**
- 13:00 **コンテンツ制作打合せ**
制作担当者とデジタルサイネージやまんが動画のコンテンツ内容について、打合せをします。
- 15:00 **商談**
サプライヤーとデジタルサイネージの配信システムや、デジタルサイネージ設置工事のスケジュールについて打合せをします。
- 17:45 **退社**

【部長メッセージ】

しまむら事業の「当たり前を改める」ことが使命です。近年では「超サプライズセール」で、全部署と連携し過去最高となる1日売上約40億円を達成しました。また、デジタル販促や店舗DX化など常に新しいことにチャレンジしながら、しまむらならではの価値を届け続けていきます。

部長 K.Tさん



アベイル販売企画部

こんな人に向けています

- トrendやSNSを日常的に追い続けられる人
- 最先端を走り、型にはまらず新しい挑戦を楽しめる人
- つくったものに満足せず、改善を考え続けられる人

身につくスキル

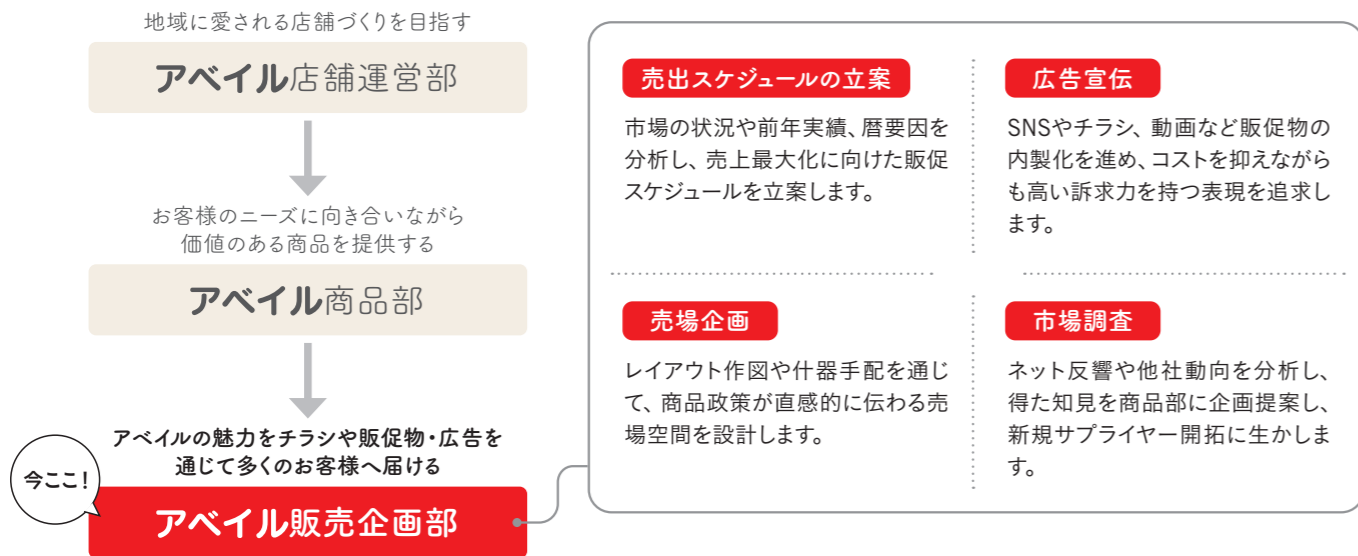
トレンドを先読みする
洞察力

部署を超えてまとめる
構成力

制約下で効果を最大化する
調整力

アイデアを具体的な形にする
実行力

[アベイルにおける役割]



どんな部署?

アベイルのトレンドを先導するエンジン



「今を着る。」をブランドコンセプトに掲げるアベイルにおいて、売場の見せ方や商品を選ぶ楽しさを通して今のトレンドを伝えるために、市場調査・販促・売場企画を一体で担っている部署です。役割は単なる宣伝に留まらず、商品開発の上流からかわり、トレンドや反響を店舗の売場や商品作りに反映し、お客様が商品を手取る瞬間の「ワクワク」を設計します。アベイルで生まれた販促の工夫が、しまむらグループ全体の販促手法として広がることもあります。流行をいち早く取り入れ、グループの先頭に立って挑戦しています。

アベイル販売企画部のお仕事

挑戦できること!

1 クリエイティブの完全内製化による自己表現

アベイルのSNSや広告は、主幹・主任自らがデザインソフトを操作して制作します。自分たちの手で形にするからこそ、細部までこだわりを反映でき、反響を見ながら即改善する経験を積めます。実制作を通じて、クリエイターとしての専門スキルを実践的に高めることができます。

2 「キャラクターブレスト」によるトレンドの主導

定期的に、商品部バイヤーへ市場調査の結果を共有し、次の仕掛けを提案します。自らの分析から生まれた企画がチラシの中心となり、売場やSNSで反響を生む瞬間を実感できます。売上や反応を次の企画に生かし、トレンドを循環させていく醍醐味があります。

正解のない「初めて」を、自らの手でスタンダードに変える

東京ガールズコレクションへの参加では、各自が未経験のなかでイベント参加のための様々な調整を担いました。アベイルは挑戦を後押しする文化があり、会社の代表として社外と向き合う経験を積めます。現状に満足せず、お客様がワクワクする企画を追求し続けられる点に、大きなやりがいを感じています。

主幹
M.Cさん



店舗の熱量をデジタルへ、ネットのワクワクをリアルの売場へ

店舗経験で培った対話力が、商品部や他部署との連携に生きています。半年先のトレンドを形にし、ネットと店舗を一つの流れとして設計。市場調査を通じてトレンドを捉え、自ら主導して仕事を進められる点もアベイル販売企画部の魅力です。

主任
K.Kさん



ある1日の仕事

- 8:45 **始業**
前日の売上を確認。チラシ実施時は消化率もあわせて確認します。
- 11:30 **昼食**
- 12:30 **チラシ確認**
初稿・急ぎ案件のチラシ掲載内容を確認し、部長確認を実施します。
- 13:00 **定例会**
事前確認事項をもとに印刷会社と打合せします。
- 14:30 **売スケジュール立案**
売スケジュールを立案し、進捗状況を確認します。
- 16:30 **チラシ確認(校了・下版)**
火・木は校了日のため、最終確認事項への対応を実施します。
- 17:45 **退社**

[部長メッセージ]

アベイルは取り扱い品種が限られているからこそ、新しい取り組みに挑戦しやすい環境があります。常に「企画」が求められ、職位や経験に関係なく、面白い「アイデア」をみんなで形にする文化が特徴です。つくったものを100点と思わず、挑戦を続けられる人と共に、販促のトレンドをつくっていききたいです。

部長 Y.Sさん



バースデイ販売企画部

こんな人に向いています

- 多岐にわたる業務を同時に遂行できる人
- 他部署と連携し、円滑に物事を進められる人
- 数値に基づき論理的に提案や言語化ができる人

身につくスキル

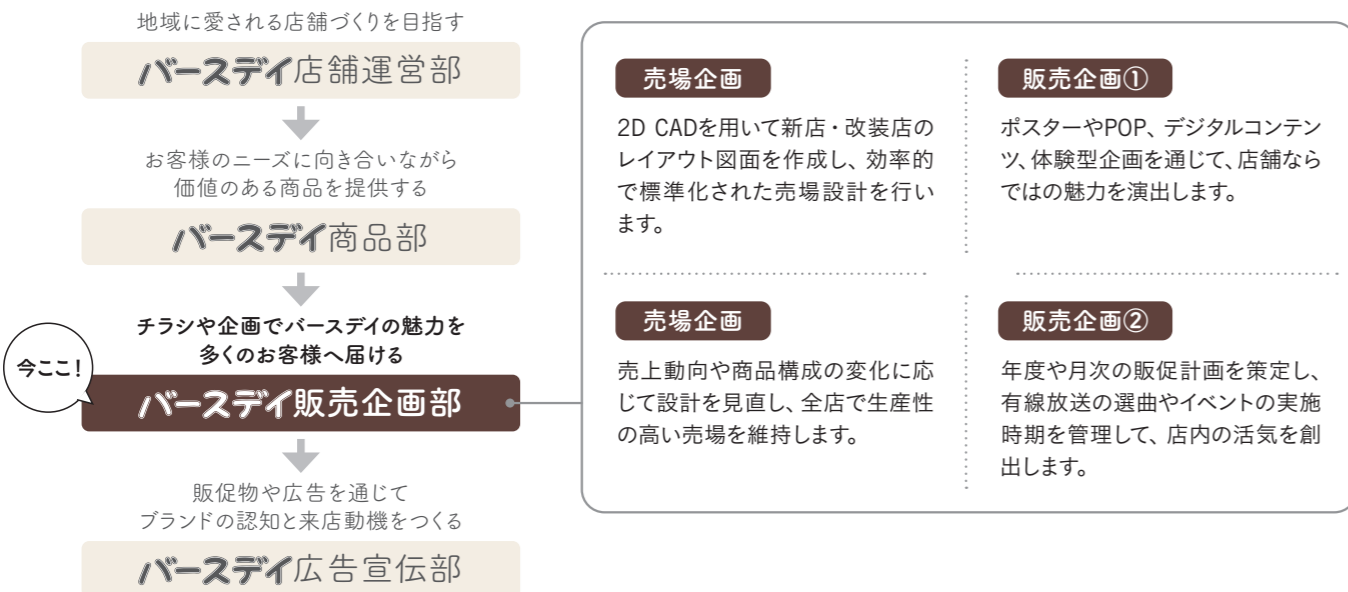
店舗設計を標準化する
CAD活用力

先回りして対応する
リスク管理能力

全体最適を判断する
俯瞰力

品質とコストを両立する
折衝力

〔バースデイにおける役割〕



どんな部署?

7万点の商品を「選ぶ幸せ」へ。親子の記憶を彩る売場作り



「出産・育児」という特別な日々寄り添い、7万点の商品を「選ぶ楽しさ」に変える仕事です。月齢やシーンに合わせた売場作りに加え、親子で楽しめるイベントやプレゼント企画などを自分たちで考え、形にします。2D CADを用いた使いやすい設計と、心が躍るような見せ方を組み合わせ、お買い物物を「家族の思い出」へと変えていく。商品部のこだわりをお店全体で表現し、全国約300店舗のお客様に「また来たい」と思ってもらえるワクワクする時間を届ける役割を担います。

バースデイ販売企画部のお仕事

挑戦できること!

1 全国約300店舗の「売場基準」を自ら定義する

2D CADで描くのは、単なる図面ではなく「親子が快適な空間」です。ベビーカーがすれ違える通路幅や、子どもが触れても安全な什器配置など、独自の基準を生み出し、設計。買物のしやすさと売上効率を両立させ、全国約300店舗の快適な空間を底支えます。

2 認知度拡大に挑む、攻めのプロモーション

ポップアップ出店や「マタニティ&ベビーフェスタ」など大規模イベントへの参加を企画し、リアルな体験を通じて認知を広げ、未来のファンを獲得する役割を担います。企画立案から実行、効果検証まで、従来の枠を超えた、攻めのプロモーションに挑戦できます。

目立たないけど店舗には絶対必要!!

店舗レイアウト図面の作成と什器管理を担当しています。新店では什器が先に納品されるため納期管理を徹底し、遅延を許さない緊張感と他部署に迷惑をかけられない責任感があります。什器があるからこそ商品は映えます。目立たないが重要な仕事です。

主幹
A.Kさん



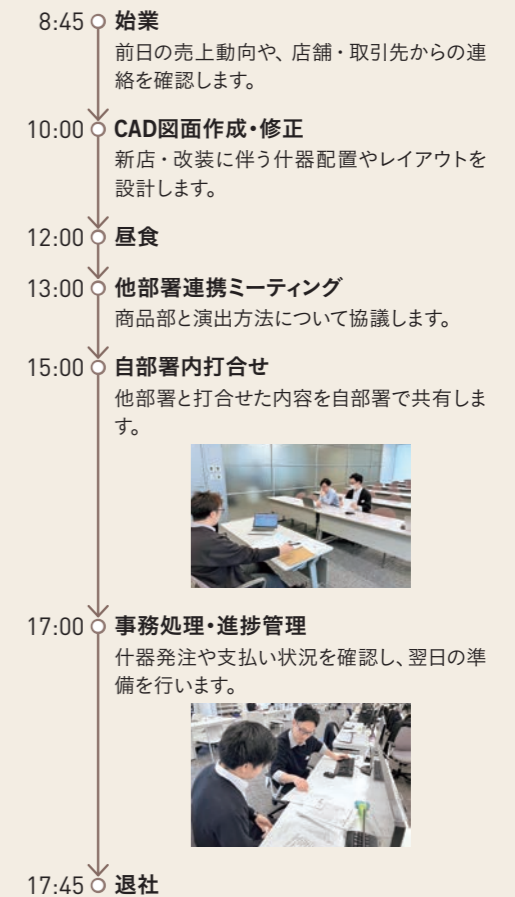
お客様にとって「楽しい」店舗づくり

お客様が楽しみながらお買い物ができるように販促物の作成、ノベルティ施策を行っています。商品部と協力し「商品の魅力」を伝えられる販促物作成、商品にはないお客様の笑顔をつくれるノベルティ作成を行い、バースデイの「楽しみ」をお客様に伝えます。

主任
H.Tさん



ある1日の仕事



〔部長メッセージ〕

出生数が減少する中、競合とのシェア争いは激化しています。今こそ10年間不変だった売場を一新し、認知度向上と業界シェアNo.1に挑む「勝負の時」。あなたの仕掛けが、親子の思い出とブランドの成長に直結します。変革期を恐れず、新しいバースデイを共につくり上げる仲間を求めます。

部長 T.Sさん



シャンブル販売企画部

こんな人に向いています

- 他部署と円滑に連携を図れる人
- テレンドに敏感で、新しい企画を形にしたい人
- 複数タスクを並行して計画的に進められる人

身につくスキル

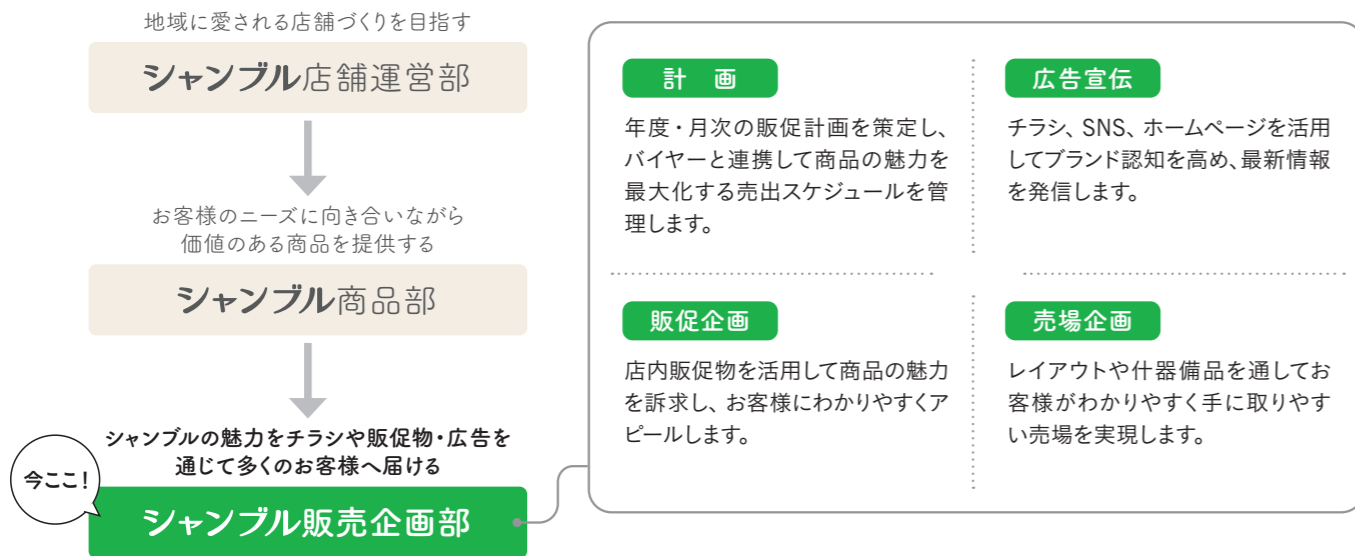
販促を最適化する
戦略的計画力

ブランド価値を伝える
視覚表現力

組織横断で進める
プロジェクト管理力

アイデアを具体化する
実行力

[シャンブルにおける役割]



どんな部署?

商品と店舗をつなぐブランドの司令塔



シャンブルが掲げる「日々の暮らしに癒しと幸せを届ける」というブランドコンセプトを、具体的な販促として形にする部署です。私たちの役割は、単なる広告制作ではなく、雑貨やギフトを通じてお客様の「気分が上がる瞬間」を戦略的に作り出すことにあります。具体的には、3カ月前の売出計画を起点に、眠活、温活、キャラクター雑貨、季節のファッションなどといった生活シーンをイメージした企画内容を設計、商品部へは世界観に合うアイテムを依頼します。店舗ではVMDと連動した売場構成を実現するためにレイアウトや什器備品を整備することで、全店で一貫した「癒しの空間」を実現するための重要な役割を担っています。

シャンブル販売企画部のお仕事

挑戦できること!

- 1** ゼロから企画を立案・実行し、最先端の販促を創造する
- 2** 内製化体制で、雑貨が持つ「情緒的価値」を表現する

シャンブルは他部署に比べ規模がコンパクトな分、新規企画の立案から実行までスピード感を持って進めることができます。デジタル化の推進や内製デザインの強化など、時代の流れに合わせた新しい仕組みを自らの手で生み出し、世に送り出す達成感を得られる環境です。

販促物の内製化率が高いシャンブルでは、自らの感性でブランドの「世界観」を直接表現する挑戦が可能です。単なる価格訴求ではなく、ギフトシーンや季節の情景をどう切り取り、お客様の心に届けるか。SNSやチラシを通じ、雑貨の魅力最大化させる表現を追求できます。

シャンブルの「世界観」を具現化し、お客様の来店動機をつくり出す

私のメイン業務はチラシ制作です。雑貨が持つ「癒し」のテーマをどう伝えるか、バイヤーと3カ月前から協議します。自分がディレクションしたデザインが直接LINEチラシや店内ポスターとして形になり、ブランドの世界観を支える手応えは格別です。

主幹
K.Eさん



「ギフト」の喜びを最大化させる、クリエイティブな提案に挑む

前部署での知財知識を生かしつつ、今は「未来の企画」を考える時間にワクワクしています。例えば新しいギフトシーンの提案など、自分のアイデアを部長へ直接ぶつけ、形にできるのが魅力です。雑貨という生活を彩る商材だからこそ、やり遂げた時の達成感は他の部署では味わえません。

主任
C.Yさん



ある1日の仕事

- 8:45 **始業**
メール確認や前日の売上チェックを行います。
- 10:00 **定例会**
チラシのラフ確認や撮影ポジ選定、校正を行います。
- 11:00 **LINEのテスト確認**
翌日配信分のレイアウトやリンク動作を実機で最終確認します。
- 12:00 **昼食**
- 13:00 **打合せ**
商品部と次期売出スケジュールについて協議します。
- 15:00 **事務作業**
広告宣伝資料作成やWEB・SNS更新を進めます。
- 16:30 **スケジュール作成**
チラシ制作の進捗を確認し、管理表を更新します。
- 17:45 **退社**
翌日のタスクを整理し、業務を終了します。



[部長メッセージ]

シャンブルは今、ブランドの独自性を確立する変革期にあります。部署の垣根を越えた連携を通じて、お客様に「癒しと幸せ」を届けることが私たちの使命です。既成概念に捉われず、自らのアイデアで新しいワクワクを形にし、共に成長できる仲間をお待ちしています。

部長 N.Oさん

